

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Konser musik klasik sudah lama menjadi bagian dari kehidupan bangsa Indonesia. Konser musik klasik resmi dapat dinikmati oleh rakyat Indonesia terutama di Batavia pada abad ke-19 saat pertama kali dibangunnya aula kesenian yang dinamakan “Schouwburg Weltevreden” yang sekarang dikenal sebagai “Gedung Kesenian Jakarta”.<sup>1</sup> Konser musik klasik di Indonesia diawali dengan berkembangnya musik orkestra terutama di Jakarta. Orkestra pernah meraih masa ke-emasan pada tahun 50-an, tetapi tidak ditemukan bukti-bukti dokumentasi maupun catatan fisik tentang musik orkestra. Pada tahun 1998, Indonesia mengalami krisis ekonomi termasuk kepada sektor musik orkestra. Twilite Orkestra tercatat hanya melakukan konser sekali dalam setahun di Gedung Teater Tanah Airku, TMII, sedangkan pada tahun-tahun sebelumnya mampu menggelar konser sebanyak lima kali dalam setahun. Setelah Indonesia mengalami perkembangan politik dan ekonomi, konser musik orkestra mengalami pertumbuhan. Tercatat bahwa beberapa grup orkestra mulai menggelar konser dengan membawakan repertoar klasik barat, salah satu grup

---

<sup>1</sup> Sri Rachmayanti, "Perjalanan Sejarah Gedung Kesenian Jakarta", *Humaniora* 1, no. 2 (2010): 501, doi:10.21512/humaniora.v1i2.2891.

orkestranya adalah Nusantara Symphony Orkestra (NSO).<sup>2</sup> Tidak hanya dengan musik orkestra, sudah banyak juga bermunculan konser-konser musik klasik dengan instrumen tunggal. Beberapa musisi klasik yang saat ini sering menggelar konser tunggal dengan repertoar klasik seperti Randy Ryan (pianis klasik), Jonathan Kuo (pianis klasik), Nino Ario Wijaya (klarinetis).

Namun penonton musik klasik dikenal sangat tersegmentasi. Telah dilakukan penelitian oleh Ganang Dwi Asmoro dalam penelitian yang berjudul “Strategi Pemasaran Pertunjukan Jakarta Simfonia Orchestra,” hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penonton dibawah dua puluh tahun berjumlah jauh lebih sedikit daripada penonton diatas dua puluh tahun.<sup>3</sup> Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Audience Agency London Inggris dengan judul “*An analysis of Audience Finder box office data for classical music events 2014-2016,*” yang menganalisis data penonton acara-acara musik klasik di Inggris dalam kurun waktu 2014-2016. Dalam penelitian tersebut terlihat bahwa penonton musik klasik berumur 25 tahun kebawah menduduki peringkat paling rendah dalam menghadiri acara musik klasik di Inggris.<sup>4</sup> Dari hasil penelitian-penelitian tersebut dapat menunjukkan bahwa kurang minatnya kategori penonton dewasa muda dalam mengikuti konser musik klasik. Dalam menghadapi hal ini, banyak inovasi-inovasi baru yang mulai digerakan terutama di negara Eropa untuk

---

<sup>2</sup> Fu'adi, -. "MENGENAL LEBIH DEKAT MUSIK ORKESTRA" *Harmonia: Journal of Arts Research and Education* [Online], Volume 9 Number 2 (1 July 2011) (diakses pada tanggal 19 Oktober 2021)

<sup>3</sup> Ganang Dwi Asmoro, "Strategi Pemasaran Pertunjukan Jakarta Simfonia Orchestra", *JURNAL TATA KELOLA SENI* 2, no. 2 (2017), doi:10.24821/jtks.v2i2.1819. (diakses pada tanggal 19 Oktober 2021)

<sup>4</sup> Catherine Bradley, *Theaudienceagency.Org*, Terakhir diubah 2017, <https://www.theaudienceagency.org/asset/1303>.

menarik para muda-mudi untuk kembali tertarik terhadap musik klasik. Salah satunya yang dilakukan oleh Concertgebouw di Belanda yaitu mengadakan Yoga dalam konser yang dibintangi oleh Jan Kuiper dan Iris Kroes yang telah dilaksanakan pada tanggal sembilan belas bulan Juli tahun 2020.<sup>5</sup>

Menurut Kotler dan Keller, perilaku konsumen merupakan studi tentang individu, kelompok, dan organisasi dalam memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.<sup>6</sup> Menurut Engel, Blackwell dan Miniard, perilaku konsumen merupakan tindakan dan proses keputusan orang yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi.<sup>7</sup> Telah dilakukan penelitian tentang perilaku konsumen dalam musik oleh Rahadian Wiweka terhadap perilaku konsumen di Surabaya dalam menonton konser musik dengan judul penelitian “Studi Deskriptif Perilaku Konsumen Surabaya dalam Menonton Konser Musik,” hasil dari penelitian tersebut menunjukkan lebih banyaknya penonton konser berjenis kelamin laki-laki daripada perempuan. Selain itu, kategori umur penonton konser di Surabaya diminati oleh umur dua puluh tiga hingga dua puluh delapan tahun.<sup>8</sup> Penelitian lainnya telah dilakukan oleh Alexander Nicholas Legeros yang berjudul “The Case for Engaging Millennials in Classical Music: Classical Music is in Purgatory” yang membahas tentang bagaimana melibatkan

---

<sup>5</sup> Jan Kuiper and Jan Kuiper, "Yoga-In-Concert-In-Het-Concertgebouw-Amsterdam - Yoga In Concert", Yoga In Concert, Terakhir diubah 2021, [https://www.yogainconcert.nl/?attachment\\_id=490](https://www.yogainconcert.nl/?attachment_id=490).

<sup>6</sup> Philip Kotler and Kevin Lane Keller, Marketing Management, ebook, 14th ed. Pearson, 2011.

<sup>7</sup> James F Engel, Roger D Blackwell and Paul W Miniard, Consumer Behavior Forth Worth: The Dryden Press, 1995.

<sup>8</sup> Rahadian Wiweka, Studi Deskriptif Perilaku Konsumen Surabaya Dalam Menonton Konser Musik, 2012, doi:<http://digilib.ubaya.ac.id/pustaka.php/228153>.

milenial dalam musik klasik. Dalam penelitian tersebut membahas pendekatan baru dalam musik klasik yang dilakukan oleh Philharmonia Orchestra of New York berhasil mendatangkan para milenial dalam konser karya Gustav Mahler Symphony No.2 “*Resurrection*” dengan menampilkan layar proyeksi Ultra HD, penataan lampu yang dramatis, pengambilan gambar langsung oleh drone, dan kemitraan musik antargenerasi. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa generasi milenial masih dapat berpartisipasi dalam menghadiri konser musik klasik jika konser musik klasik dibuat dengan melibatkan teknologi masa kini dan memaparkan konser musik klasik dengan cara baru.<sup>9</sup> Berdasarkan penelusuran penulis, belum didapati penelitian yang membahas perilaku konsumen mahasiswa umur delapan belas hingga dua puluh satu terhadap konser musik klasik di Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh dan signifikansi perilaku konsumen mahasiswa umur delapan belas sampai dua puluh satu terhadap pertunjukan musik klasik di Jakarta secara parsial dan simultan. Hasil analisis dari penelitian diharapkan dapat berguna untuk strategi pemasaran yang baru bagi penyelenggara konser musik klasik. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Pengambilan data dilakukan dalam bentuk kuesioner yang disebar kepada mahasiswa umur delapan belas hingga dua puluh satu tahun.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

---

<sup>9</sup> AN Legeros, *The Case For Engaging Millennials In Classical Music: Classical Music Is In Purgatory*, 2016.

1. Apakah perilaku konsumen mahasiswa umur delapan belas sampai dua puluh satu tahun secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap konser musik klasik di Jakarta?
2. Apakah perilaku konsumen mahasiswa umur delapan belas sampai dua puluh satu tahun secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap konser musik klasik di Jakarta?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini ialah menginvestigasi pengaruh dan signifikansi perilaku konsumen mahasiswa umur delapan belas sampai dua puluh satu tahun terhadap pertunjukan musik klasik secara parsial dan simultan.

### **1.4 Batasan Masalah**

1. Penelitian hanya dilakukan kepada mahasiswa yang berumur delapan belas hingga dua puluh satu tahun terhadap konser musik klasik di Jakarta. Konser musik klasik yang dimaksud adalah konser musik klasik dengan repetoar klasik seperti Bach, Mozart, Chopin, Tchaikovsky, dsb.
2. Responden adalah mahasiswa umum dan bukan mahasiswa yang mengambil kuliah jurusan musik. Responden mahasiswa dibatasi pada empat universitas yaitu Universitas Pelita Harapan, Universitas Atma Jaya Jakarta dan BSD, Universitas Bina Nusantara, dan Universitas Indonesia.
3. Peneliti hanya meneliti perilaku konsumen yang meliputi faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan proses keputusan pembelian.

## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1. Teoritis

Hasil penelitian diharapkan menambah pengetahuan akan perilaku konsumen dalam sebuah konser musik klasik.

### 2. Praktis

Hasil penelitian diharapkan menjadi pembelajaran bagi para penyelenggara acara dalam mengembangkan konser musik klasik yang semakin memenuhi minat serta kebutuhan masyarakat secara umum terutama rentang umur delapan belas hingga dua puluh satu tahun.

